

## ABSTRAK

Niion adalah perusahaan suatu perusahaan *local brand* asal Bandung yang memproduksi tas dengan berbagai macam model dan memiliki banyak varian warna.

Dalam dunia bisnis terdapat persaingan antar perusahaan sejenis untuk bersaing mendapatkan konsumen, khususnya dalam bisnis *fashion*. Niion memiliki beberapa pesaing yang menawarkan produk sejenis, beberapa pesaing Niion masing-masing memiliki keunggulan, namun Niion memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh pesaingnya dengan menjadi tas yang terbuat dari bahan nilon yang menjadikan produknya *spalshproof*, dan *fodable* pertama di Bandung.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran promosi yang dilakukan oleh Niion serta untuk mengetahui strategi yang akan dilakukan perusahaan dimasa mendatang dengan menggunakan metode analisis SWOT, jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari Analisis SWOT yang didapat dari matriks SWOT menghasilkan strategi SO A1 (S1 X O1) membuat inovasi produk aksesoris, seperti kamera *case* yang *waterproo*. Strategi A2 (S1+S2 X O3) yaitu melakukan *endorsment* pada selebgram untuk mempromosikan Niion. Strategi A3 (S2 X O4) titip jual di *outlet* tempat wisata seperti di Bali, Yogyakarta, dan Kota lainnya. Strategi WO menghasilkan strategi B1 (W4 X O2) menggunakan iklan *offline* seperti memasang spanduk/baliho di tempat yang strategis. B2 (W2 X O4) memberikan potongan harga khusus pembelian *travell bag* di musim liburan. Strategi B3 (W1 X O5) memanfaatkan *e-mail (direct mail)* untuk kegiatan pemasaran. Strategi ST menghasilkan strategi C1 (S1+S4 X T4) yaitu membuat varian produk lain seperti koper dengan menggunakan bahan kanvas alami yang terbuat dari serat kapas. Strategi C2 (S1 X T2+T3) memberikan promosi dalam bentuk kupon. Strategi WT menghasilkan D1 (W4 X T1) membuat iklan di youtube dengan konten yang menonjolkan kelebihan produk Niion di bandingkan dengan produk kompetitor. Strategi D2 (W1 X T3) membuat promo *buy one get one* dengan tema *goes to store*, syaratnya bagi konsumen yang belanja langsung ke *store*.

**Kata kunci : Niion, bauran promosi, analisis SWOT.**